

# Modaes

Empresa

## Castañer lleva sus alpargatas a Estados Unidos y Latinoamérica tras profesionalizar su gestión con seis nuevos directivos

C. Pareja  
26 may 2015 - 05:00

Las alpargatas de **Castañer** continúan con paso firme en el mercado internacional. La compañía se encuentra inmersa en un plan de crecimiento fuera de las fronteras españolas que le llevará a elevar su presencia en Latinoamérica, donde abrirá cuatro establecimientos hasta junio, y a entrar en el mercado estadounidense, con la apertura de su primera tienda en Miami, tal y como ha explicado **Domingo Barrachina**, director general de **Castañer**, a Modaes.es. El grupo, además, ha incorporado a sus filas a seis nuevos directivos para completar el proceso de profesionalización que emprendió en 2014 con el fichaje de Barrachina.

La compañía ha iniciado recientemente su plan de expansión en el mercado latinoamericano con la puesta en marcha de su primera tienda en Colombia, en la ciudad de Bogotá. **Castañer** abrió hace dos semanas su primer punto de venta en el país, ubicado en el centro comercial **Andino**, al que le seguirá el próximo julio otro establecimiento en la ciudad, el segundo en este mercado.

La compañía ha firmado un acuerdo con la diseñadora colombiana **Silvia Tcherassi** para comenzar a operar en el país, tal y como adelantó Modaes.es el pasado febrero. **Silvia Tcherassi**, que ya había llevado a cabo colaboraciones puntuales con la firma catalana, es una de la diseñadoras más reputadas de Colombia, además de por su vertiente creativa, por la capacidad empresarial.

En julio, **Castañer** abrirá su tercera tienda en Colombia, en esta ocasión en la ciudad de Barranquilla, mientras que en septiembre, la firma sumará un nuevo mercado en

# Modaes

Latinoamérica con la apertura de su primera tienda en Chile, en la capital del país, en el centro comercial Casa Costanera, según Barrachina.

En paralelo a su expansión en Latinoamérica, **Castañer** abrirá el próximo año su primer punto de venta en Miami, utilizando esta ciudad como puerta de entrada a Estados Unidos. “Este mercado nos servirá para afianzar nuestra presencia en Latinoamérica y, además, para dar nuestros primeros pasos en un país como Estados Unidos, donde creemos que tenemos muchas oportunidades para crecer”, asegura Barrachina.

“Hasta ahora solíamos llevar a cabo las nuevas aperturas en la primera mitad del año, por el hándicap de la estacionalidad de nuestro producto –asegura Barrachina–; ahora, estando en nuevos mercados que funcionan a temporada cambiada, podremos seguir creciendo a lo largo de todo el año, atacando a nuevos mercados y diversificando nuestra expansión”.

Para 2016, **Castañer** se ha marcado el objetivo de continuar creciendo en Oriente Medio, uno de los focos de desarrollo de la compañía para los próximos años, y en Latinoamérica, con la puesta en marcha de sus primeras tiendas en México, Costa Rica, Panamá o Perú, tal y como explica el ejecutivo.

## Profesionalización y nuevos directivos

En los últimos cinco meses, **Domingo Barrachina**, que se incorporó a la compañía para pilotar la expansión de **Castañer** en los mercados internacionales y para ocupar la dirección general de la empresa, ha llevado a cabo el fichaje de nuevos directivos para profesionalizar la gestión de la compañía.

Barrachina se ha propuesto formar un nuevo equipo directivo con la incorporación de seis nuevos ejecutivos para reforzar las áreas de retail, ecommerce, *wholesale*, producto, marketing y el departamento creativo de la compañía. La mayoría de los ejecutivos que se han incorporado al grupo provienen de empresas del sector del lujo o la gran distribución, como **Inditex**. **Castañer** finalizó el pasado ejercicio (cerrado el pasado 31 de agosto) con un crecimiento en su facturación del 5%, hasta 24 millones de euros.

La empresa, fundada en 1927, exporta el 70% de su producción. La compañía, que inició su actividad produciendo calzado para campesinos, mantiene su sede en la localidad de Banyoles (en Girona), donde tiene una plantilla de cuarenta personas. **Castañer**, que ya cuenta con la tercera generación familiar totalmente incorporada en

---

# Modaes

---

| la gestión diaria del grupo, posee una producción anual de 400.000 pares de zapatos.